

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

Pada masa sekarang, Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dituntut untuk memiliki kapabilitas dinamik dan strategi yang mampu menangkap peluang dan memperbaharui pasar. Tekanan dan persaingan bisnis global mempengaruhi Unit Usaha Kecil dan Menengah (UKM), seperti halnya globalisasi, peningkatan teknologi, perubahan demografi dan sosial, kemampuan untuk melakukan inovasi, dukungan dana, maupun kewirausahaan. Tetapi, dalam kenyataannya, tuntutan dari lingkungan bisnis saat ini, ternyata masih sulit untuk dipenuhi Usaha Kecil dan Menengah (Kuncoro, 2014). Kuncoro (2014) menyatakan bahwa Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia secara kualitas sulit berkembang di pasar karena menghadapi beberapa masalah internal, yaitu rendahnya kualitas sumberdaya manusia seperti kurang terampilnya sumberdaya manusia, kurangnya orientasi kewirausahaan (*entrepreneurial orientation*), rendahnya penguasaan teknologi dan manajemen, minimnya informasi, dan rendahnya orientasi pasar (*market orientation*). Dua dari permasalahan internal yang banyak dihadapi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yaitu orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan ternyata juga menjadi perhatian besar, salah satu Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang cukup menjadi perhatian saat ini yaitu pada sektor pertanian.

Pertanian merupakan salah satu sektor kerja di Indonesia. Meski ada kecenderungan naik turunnya, angkatan kerja yang bekerja pada sektor pertanian masih berjumlah sekitar 40% dari angkatan kerja. Banyak wilayah kabupaten di Indonesia yang mengandalkan pertanian, termasuk perkebunan sebagai sumber Penghasilan Utama Daerah (PAD). Pertanian merupakan salah satu basis ekonomi kerakyatan di Indonesia. Pertanian pula yang menjadi penentu ketahanan bahkan kedaulatan pangan, namun di tanah subur yang mayoritas bergantung dari mata pencaharian pertanian ini masih belum mampu meningkatkan taraf hidup yang lebih sejahtera. Menurut Sektor Kemenko Perekonomian Indonesia, pertanian pada tahun 2021 tumbuh 1,84% (yoy) dan berkontribusi terhadap perekonomian nasional sebesar 13,28%. Kemudian pada Q2-2022, sektor pertanian menunjukkan konsistensi dengan pertumbuhan positif 1,37% (yoy) dan berkontribusi 12,98% terhadap perekonomian nasional (Kemenko Perekonomian, 2022).

Pelaku bisnis khususnya pada bidang pertanian memang tidak dapat mengendalikan lingkungan sekitarnya, namun dengan memahami orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan, kemudian membuat strategi untuk mencapainya, pelaku bisnis sudah melangkah ke arah yang benar untuk meningkatkan kinerjanya. Menurut Veitzhal Rivai (2013) Kinerja Usaha adalah suatu istilah secara umum yang digunakan sebagian atau seluruh tindakan atau aktivitas dari suatu organisasi pada suatu periode dengan suatu referensi pada sejumlah standar seperti biaya masa lalu yang diproyeksikan dengan dasar efisiensi, akuntabilitas manajemen dan semacamnya. Kinerja merupakan prestasi kerja, yaitu perbandingan antara hasil kerja dengan standar yang ditetapkan (Prahartanto, 2014). Kinerja dapat mempengaruhi berlangsungnya suatu kegiatan organisasi atau perusahaan, semakin baik kinerja yang diberikan sangat membantu dalam kelangsungan perkembangan suatu organisasi atau perusahaan, menurut Mangkunegara (2014) menyatakan kinerja merupakan prestasi kerja atau hasil kerja (*output*) baik kualitas maupun kualitas yang dicapai oleh seorang karyawan sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Kinerja usaha dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya orientasi kewirausahaan (*entrepreneurial orientation*), dan orientasi pasar (*market orientation*).

Menurut pendapat Utami (2012) berpendapat Orientasi kewirausahaan merupakan proses, praktek, dan kegiatan pengambilan keputusan yang menuju pada *new entry*. Orientasi kewirausahaan sebagai salah satu yang terlibat dalam inovasi produk-pasar, melakukan sedikit usaha berisiko, dan pertama kali datang dengan 'proaktif' inovasi, serta memberikan pukulan untuk mengalahkan pesaing

(Mustikowati, 2016). Orientasi kewirausahaan timbul dari perspektif pilihan strategis yang menyatakan bahwa peluang *new entry* untuk berhasil sangat bergantung pada kinerja usaha yang menjadi tujuan. Sementara itu pengertian lain menurut Reswanda (2012) Orientasi kewirausahaan dapat disintesakan sebagai suatu sikap mental, pandangan, wawasan serta pola pikir dan pola tindak seseorang terhadap tugas-tugas yang menjadi tanggungjawabnya dan selalu berorientasi kepada pelanggan. Pada hakekatnya orientasi kewirausahaan adalah sifat, ciri, dan watak seseorang yang memiliki kemauan dalam mewujudkan gagasan inovatif kedalam dunia nyata secara kreatif. Dari berbagai pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan adalah strategi perusahaan untuk masuk kedalam pasar tertentu yang mana didalamnya terdapat kegiatan-kegiatan yang tergantung pada tujuan perusahaan itu sendiri.

Orientasi pasar merupakan ukuran perilaku dan aktivitas yang mencerminkan implementasi konsep pemasaran (Tjiptono, 2014). Uncles mengartikan orientasi pasar sebagai satu proses dan aktivitas yang berhubungan dengan penciptaan dan pemuasan pelanggan dengan cara terus menilai kebutuhan dan keinginan pelanggan. Penerapan orientasi pasar akan membawa peningkatan kinerja bagi pelaku usaha tersebut. Orientasi pasar sangat efektif dalam mendapatkan dan mempertahankan keunggulan kompetitif yang dimulai dengan perencanaan dan koordinasi dengan semua bagian yang ada dalam organisasi untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Oleh karena itu orientasi pasar harus menekankan analisis kebutuhan dan keinginan target pasar secara efisien dan efektif dibandingkan dengan pesaingnya. Menurut Kotler, (2013) Orientasi pasar merupakan implementasi dari konsep pemasaran yang mampu memberikan nilai unggul kepada kepada konsumen. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa orientasi pasar dapat meningkatkan kinerja usaha dari setiap pelaku bisnis. Orientasi pasar adalah suatu budaya bisnis yang menghasilkan kinerja dengan menciptakan nilai pelanggan, selain itu orientasi pasar merupakan budaya perusahaan yang dapat membawa suatu usaha untuk meningkatkan kinerja. Melalui orientasi pasar, pelaku usaha dapat menilai apa yang akan dilakukan dalam jangka pendek dan jangka panjang pada perusahaannya. Dalam jangka pendek pelaku usaha harus berusaha memahami kekuatan dan kelemahan dari pesaing yang sudah ada sedangkan pada jangka panjang yaitu apa yang harus dilakukan pelaku usaha dimasa yang akan datang dalam pencapaian kinerjanya.

Kinerja adalah gambaran pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan/program/kebijaksanaan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, misi dan visi organisasi. Daftar apa yang ingin dicapai tertuang dalam perumusan strategi (*strategic planning*) suatu organisasi. Kinerja usaha digambarkan sebagai capaian yang diperoleh organisasi bisnis dalam usahanya. Kinerja UMKM merupakan hasil kerja yang diraih individu yang menyesuaikan dengan peran atau tugas individu tersebut pada suatu perusahaan dalam periode tertentu, yang dikaitkan dengan sebuah ukuran nilai atau standar tertentu pada perusahaan individu tersebut bekerja (Ongesa, 2015),. Kinerja UMKM merupakan salah satu sasaran terpenting bagi manajemen keuangan yaitu dengan memaksimalkan kemakuran pemilik selain memaksimalkan nilai perusahaan. Menurut Hasibuan (2012) kinerja merupakan hasil dari kerja yang dicapai individu maupun organisasi saat melaksanakan tugas-tugas yang diberikan padanya berdasarkan atas pengalaman, kecakapan, dan kesungguhan waktu. Sedangkan menurut Rivai (2005), kinerja merupakan hasil atau tangka keberhasilan individu secara keseluruhan dalam periode tertentu saat melaksanakan tugas dibandingkan pada kemungkinan, seperti target, hasil kerja, sasaran atau kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya dan disepakati Bersama. Kinerja UMKM merupakan suatu tampilan keadaan yang utuh atas perusahaan selama periode waktu tertentu, adalah hasil maupun prestasi yang dipengaruhi atas kegiatan operasional perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki. Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa kinerja UMKM merupakan hasil kerja yang diraih secara keseluruhan serta dibandingkan pada hasil kerja, sasaran, target maupun kriteria yang telah ditetapkan didalam undang-undang.

Desa Umbulsari merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Umbulsari yang menjadi salah satu sentra produksi jeruk siam di Kabupaten Jember. Desa Umbulsari memiliki luas wilayah Desa Umbulsari adalah 5.773,50 Ha yang terdiri dari luas lahan pertanian 551,65 Ha. wilayah Desa Umbulsari merupakan dataran rendah dengan ketinggian kurang dari 100 M dari permukaan air laut, beriklim tropis dengan suhu antara 23-330 C. Berjarak sekitar  $\pm$  17,4 Km dari Pantai Laut Selatan Jawa (Samudera Indonesia) dan merupakan wilayah dengan curah hujan 2.000 – 3.000 mm per tahun (p2k.utn.ac.id). Berdasarkan data tahun 2018 jumlah penduduk Desa Umbulsari 8.145 orang, sumber pendapatan masyarakat secara mayoritas berasal dari sektor pertanian, perkebunan, buruh tani/perkebunan dan peternakan serta minoritas berasal dari sektor perdagangan, industri rumah tangga (jemberkab.bps.go.id). Desa Umbulsari didominasi tanaman buah-buahan (*hortikultura*) tidak hanya di persawahan khususnya pada lahan tegalan juga sebagai lahan penanaman Salah satu komoditas buah yang dikembangkan di Desa Umbulsari adalah buah jeruk.

**Tabel 1.1**  
**Petani Jeruk Umbulsari Jember**

No	Petani Jeruk	Jumlah
1	Petani Jeruk Dependen	45 Orang
2	Petani Jeruk dan Pelaku Pasar	56 Orang
Jumlah		101 Orang

Sumber : Data Prime diolah, Oktober 2023

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa tipe petani jeruk di Desa Umbulsari ada dua tipe dimana terdapat masyarakat yang menjadi petani jeruk dependen yang hanya fokus bertani dimana tipe ini tingkat kinerja yang kurang dinamis dan tipe kedua yaitu petani jeruk sekaligus pelaku pasar, tipe ini memiliki tingkat kinerja yang lebih progresif karena di satu sisi dia menjadi petani dan juga menjualnya sebagai pelaku pasar. Masyarakat di Desa Umbulsari sudah banyak yang memanfaatkan lahan tegalannya untuk ditanami tanaman hortikultura khususnya tanaman jeruk. Petani jeruk Umbulsari Jember sangat banyak dan hal ini perlu di manfaatkan sehingga dapat menopang perekonomian masyarakat khususnya pada para pelaku usaha, hal ini tidak luput dengan kinerja usaha yang perlu ditingkatkan dengan beberapa hal yang diantaranya dengan orientasi kewirausahaan (*entrepreneurial orientation*), dan orientasi pasar (*market orientation*).

**Tabel 1.2**  
**Hasil Pra-Survey Mengenai Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Petani Jeruk Umbulsari Jember**

No	Pertanyaan	Jawaban			
		Ya	Presentase	Tidak	Presentase
1	Apakah anda memperhatikan pesaing disaat menjual/memasarkan buah jeruk	20	66,6 %	10	33,4%
2	Apakah kinerja para petani jeruk saat ini dapat meningkatkan laba keuntungan yang positif	25	83%	5	17%
3	Apakah orientasi pasar yang anda miliki dapat menguntungkan kinerja usaha anda	30	100%	-	-

No	Pertanyaan	Jawaban			
		Ya	Presentase	Tidak	Presentase
4	Apakah orientasi kewirausahaan yang anda miliki saat ini mampu meningkatkan kinerja usaha yang diinginkan.	27	90%	3	10%
5	Apakah pesaing usaha yang serupa dapat mempengaruhi penjualan produk jeruk ini.	12	40%	18	60%
<b>Total</b>		<b>114</b>	<b>75,92%</b>	<b>36</b>	<b>30,10%</b>

Sumber : data diolah, Oktober 2022.

Berdasarkan hasil pra survey yang dilakukan pada 30 petani jeruk Umbulsari Jember, dapat dilihat pada tabel 1.2 bahwa masih terdapat beberapa petani jeruk Umbulsari Jember yang kurang dalam memperhatikan orientasi pesaing dalam menjalankan kinerja usahanya. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Usvita (2015) yang menyatakan bahwa orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha, hal ini searah dengan penelitian yang dilakukan oleh Slamet (2016) yang menyatakan bahwa orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Setyawati (2013), menyatakan bahwa hubungan antara orientasi kewirausahaan terhadap orientasi pasar adalah positif (berbanding lurus). Kumalaningrum (2012), menyatakan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan orientasi pasar yang kuat ternyata mampu menghasilkan profit margin yang lebih tinggi daripada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan orientasi pasar yang lemah. Feranita (2018), menyatakan orientasi pasar berpengaruh terhadap keunggulan bersaing, diterima. Penelitian ini menemukan orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Helia (2015), menyatakan Orientasi pasar (X1) mempunyai pengaruh positif terhadap inovasi produk (Y1). Hal tersebut menyatakan bahwa semakin tinggi orientasi pasar, maka semakin tinggi inovasi produk. Orientasi kewirausahaan (X2) mempunyai pengaruh positif terhadap inovasi produk (Y1). Usvita (2015), menyatakan Hasil penelitian membuktikan Orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan (survey pada UKM Pangan Dinas Peerindagtamben Kota Padang), Orientasi Pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan (survey pada UKM Pangan Dinas Peerindagtamben Kota Padang), Pramesti (2016), menyatakan orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap orientasi pasar, orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM, Slamet (2016), menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha, hal ini searah dengan penelitian yang dilakukan pula oleh Mustari (2021), Manahera (2018), menyatakan Orientasi pasar, Orientasi kewirausahaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran di UMKM Nasi Kuning di Manado, Fatmawati (2016), menyatakan Orientasi Pasar pada usaha warung kucingan di Kota Semarang memiliki tingkat Orientasi Pasar yang cukup tinggi. Dari hasil uji statistik dan uji t diketahui bahwa Orientasi Pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing Solano Acosta (2018), menyatakan orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha, Shaher (2020), pun menyatakan orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha, Habib (2020) dan Hassim (2011), menyatakan Orientasi kewirausahaan dan inovasi memberikan pengaruh positif terhadap kinerja bisnis. Namun orientasi pasar mempunyai pengaruh negatif terhadap kinerja bisnis karena kurangnya unsur proaktif dan pengambilan risiko dalam dimensi orientasi pasar, Asad (2020) yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Kesimpulan yang dapat diambil dari beberapa

penelitian tersebut yaitu semakain baik orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar yang dimiliki organisasi maupun individu maka akan meningkatkan kinerja usaha yang akan dilakukan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Kinerja Usaha merupakan sebuah penggambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi, dan misi organisasi yang dituangkan dalam suatu perencanaan strategis suatu organisasi maupun individu (Rivai, 2013). Penelitian yang dilakukan Slamet (2016), menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Pada petani jeruk di desa Umbulsari Kabupaten Jember masih terdapat beberapa petani yang kurang dalam memperhatikan oerientasi pesaing dalam menjalankan kinerja usahanya. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan masalahnya sebagai berikut :

1. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha pada petani jeruk di desa Umbulsari Kabupaten Jember?
2. Apakah orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha pada petani jeruk di desa Umbulsari Kabupaten Jember?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh signifikan orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha pada petani jeruk di desa Umbulsari Kabupaten Jember.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh signifikan orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha pada petani jeruk di desa Umbulsari Kabupaten Jember.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi berbagai pihak, yaitu:

1. Bagi Akademik  
Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan refrensi bagi penelitian-penelitian berikutnya dan diharapkan penelitian berikutnya mampu memperbaiki dan menyempurnakan kekurangan dalam penelitian ini.
2. Bagi Penulis  
Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai pengetahuan dan pembelajaran terkait dengan kinerja usaha, orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar.
3. Bagi Petani Jeruk Umbulsari Jember  
Penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran mengenai pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja usaha pada petani jeruk Umbulsari Jember, sehingga nantinya diharapkan dapat menjadi bahan dalam peningkatan kinerja usaha yang dilakukan kedepannya.